
Social Impact Play

2. Incontro

Il Business Model Canvas

Progetto di educazione all'imprenditorialità di
Confcooperative Rovigo e Zico

IL BUSINESS MODEL CANVAS (BMC)

Il Business Model Canvas

<p>Partner chiave </p> <p>Chi sono i nostri Partner chiave? Chi sono i nostri fornitori chiave?</p>	<p>Attività chiave </p> <p>Quali sono le attività chiave richieste dalle nostre Proposte di Valore?</p>	<p>Proposte di Valore </p> <p>Che tipo di valore portano ai clienti? Quali problemi del nostro cliente stiamo aiutando a risolvere? Quali punti forti di prodotti e servizi offriamo al singolo Segmento di Clientela? Quali bisogni del cliente stiamo soddisfacendo?</p> <p>Canali</p> <ul style="list-style-type: none">1. Canali2. Canali3. Canali4. Canali5. Canali	<p>Relazioni con i clienti </p> <p>Che tipo di relazione ogni singolo Segmento di Clientela si aspetta che stabiliamo e manteniamo? Quali relazioni abbiamo stabilito? Come sono integrate con il resto del nostro Business Model? Quanto costano?</p> <p>Canali</p> <ul style="list-style-type: none">1. Canali2. Canali3. Canali4. Canali5. Canali	<p>Segmenti di clientela </p> <p>Per chi stiamo creando valore? Chi sono i nostri clienti più importanti?</p>
<p>Struttura dei costi </p> <p>Quali sono i costi più importanti intrinseci al nostro modello di business? Quali delle risorse chiave sono le più costose? Quali delle attività chiave sono le più costose?</p>		<p>Flussi di ricavi </p> <p>Per quale valore i nostri clienti vogliono versarci e pagare? Per cosa pagano al momento? In che modo pagano al momento? Come preferiscono pagare? Quanta contribuisce ogni singolo flusso di ricavi ai ricavi totali?</p>		

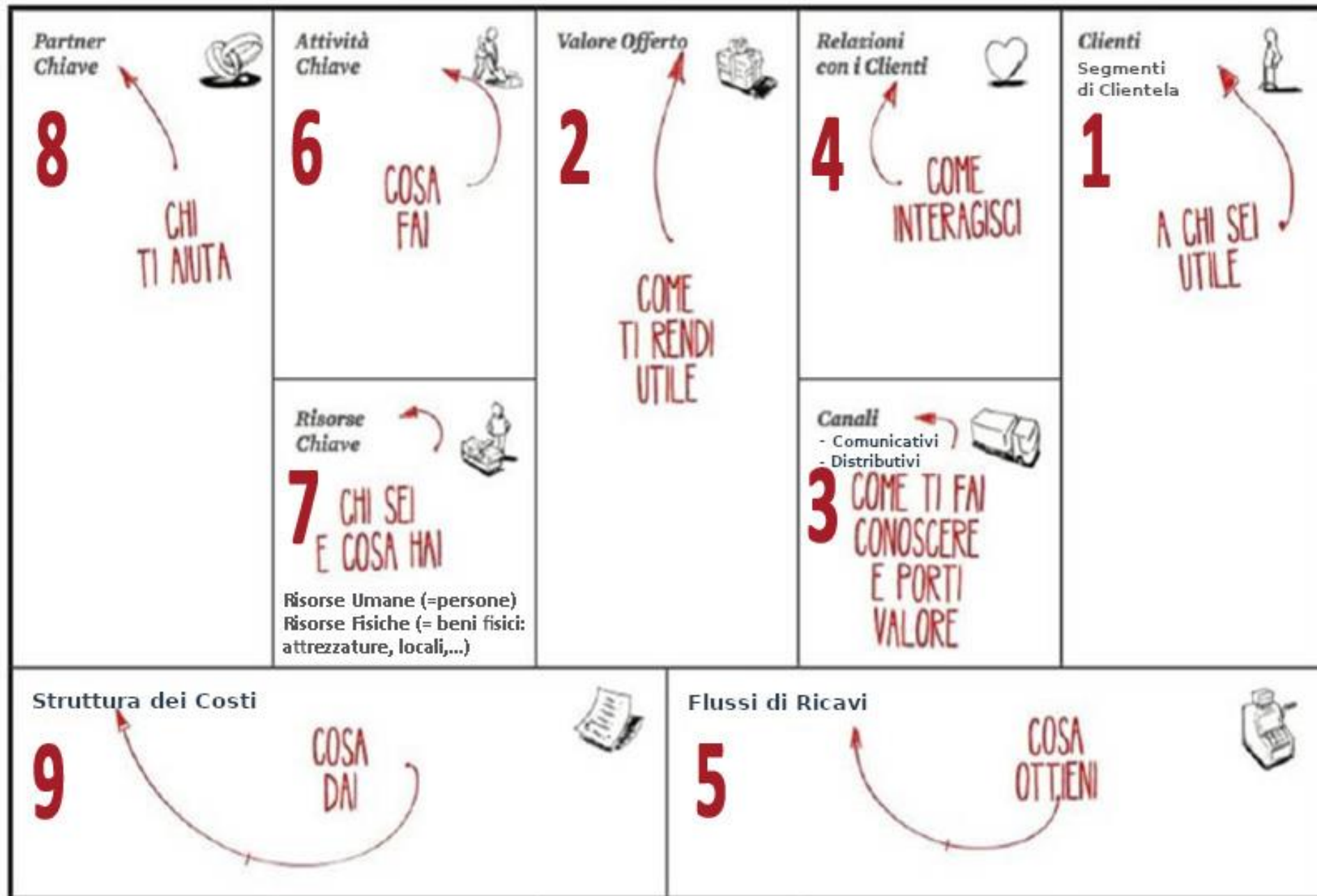
Il Business Model Canvas

Progettato per:

Progettato da:

di

Numero:

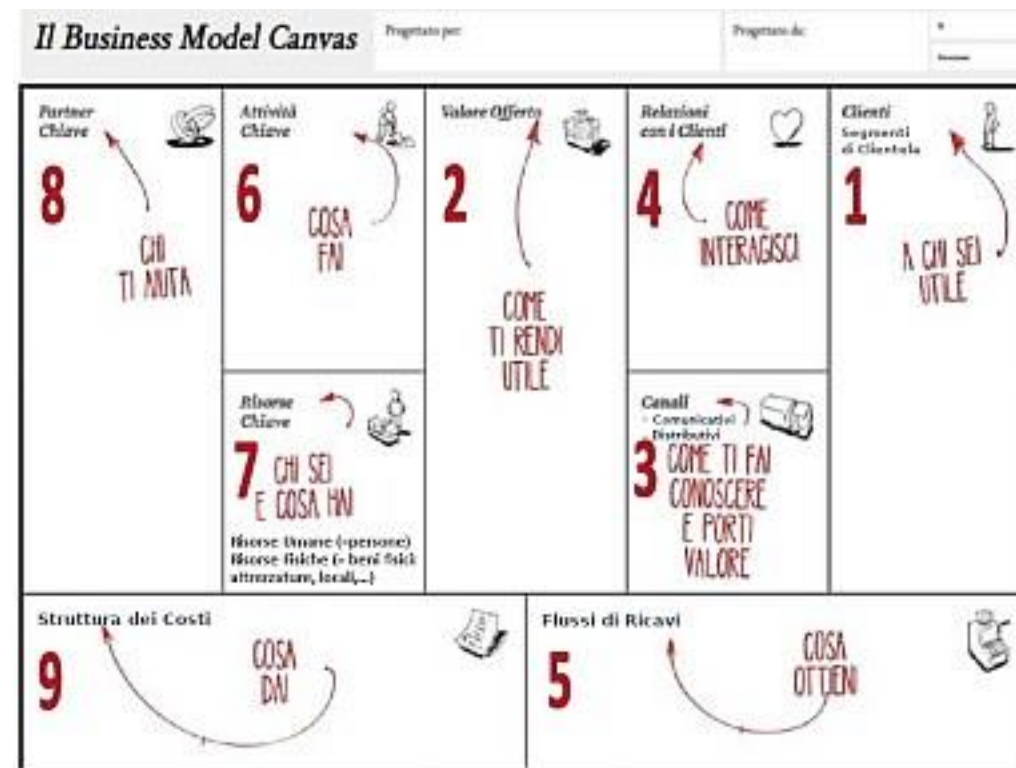


1. SEGMENTI DI CLIENTELA

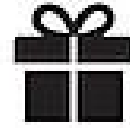


Clienti (e utenti)

- **A chi** offrite i vostri prodotti e/o servizi nello specifico?
(es. adulti, bambini, neo-mamme, atleti, amanti dei viaggi, della natura, degli animali, della moda, del vintage, turisti, ecc.)
- Ossia, quali sono i “**segmenti**” di **clientela** della vostra impresa?



2. VALORE OFFERTO

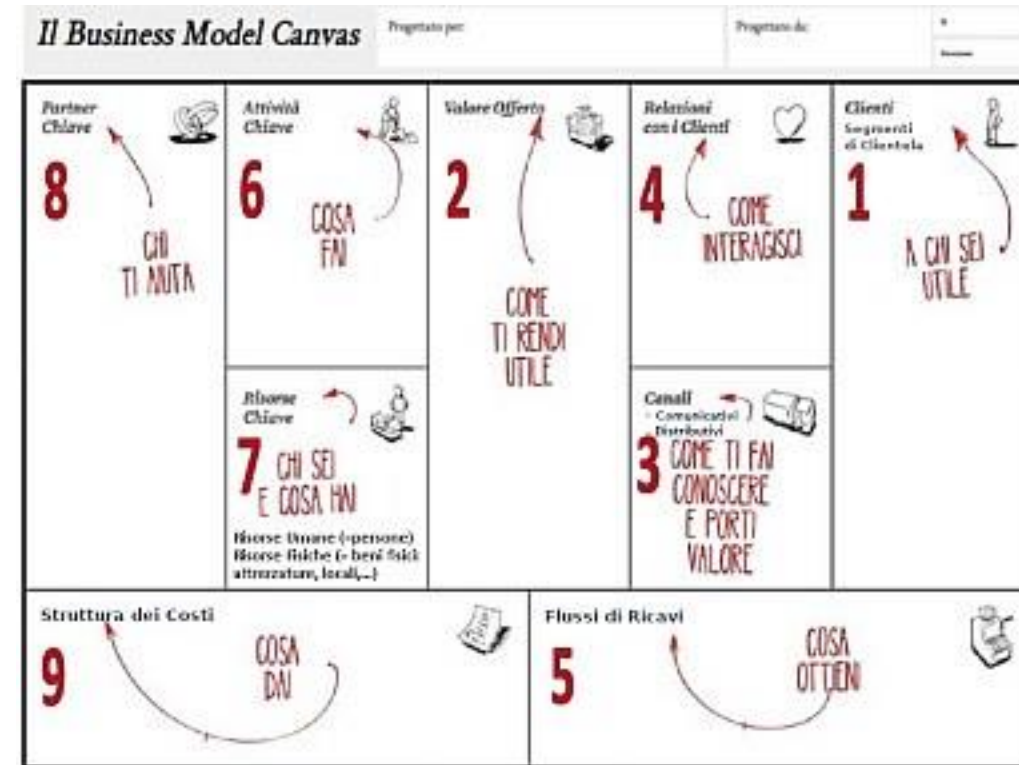


Proposte di valore

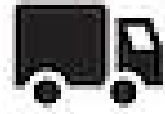
Il Valore offerto si ricava dalla risposta a domande di questo tipo:

- Come **aiutate** i vostri clienti? (la risposta può avere la forma «aiutiamo i [segmento di clientela/utenti] a _____)»
Es. aiutiamo i bambini a socializzare
- Quali **impatti positivi** portate con i vostri prodotti o servizi per quei clienti?
- Quali **benefici** portate ai vostri clienti?

Suggerimento: esprimere il valore in termini positivi



3. CANALI



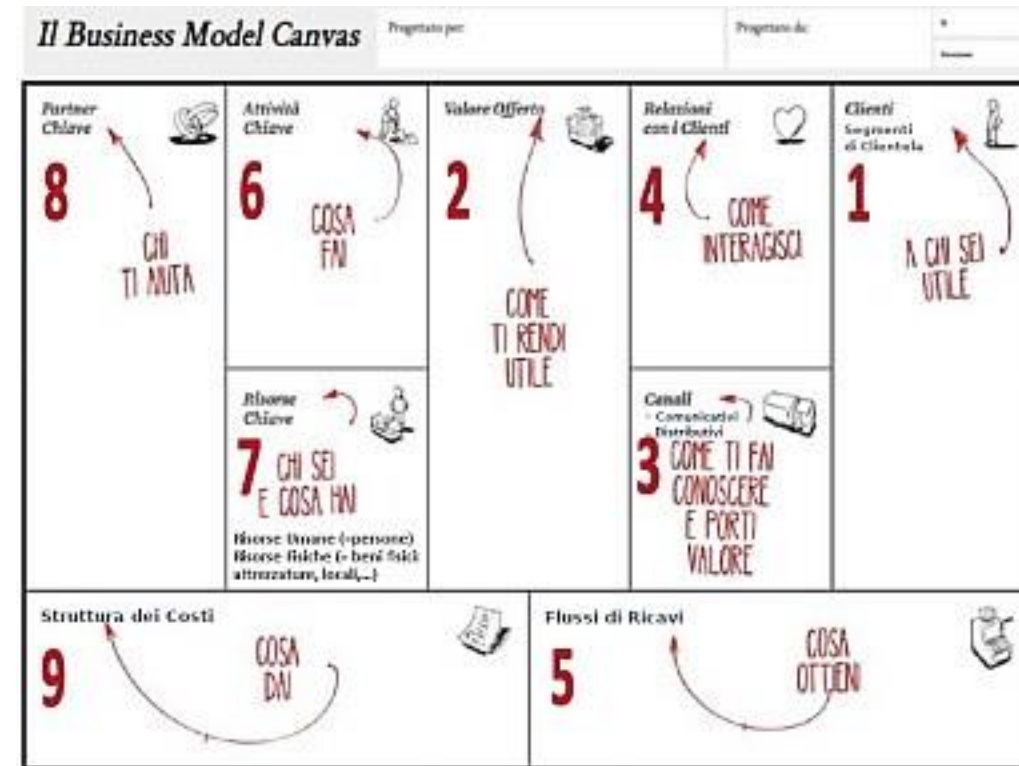
Canali comunicativi e distributivi

a. Come vi fate conoscere?

- **Canali comunicativi.** Es. sito web, instagram, pubblicità in televisione, ecc.

b. Come portate valore?

- **Canali distributivi.** Es. negozio fisico, sito di e-commerce, ecc.



4. RELAZIONI CON I CLIENTI



Relazioni con i clienti

- Quali relazioni teniamo con i clienti (con quali mezzi)?

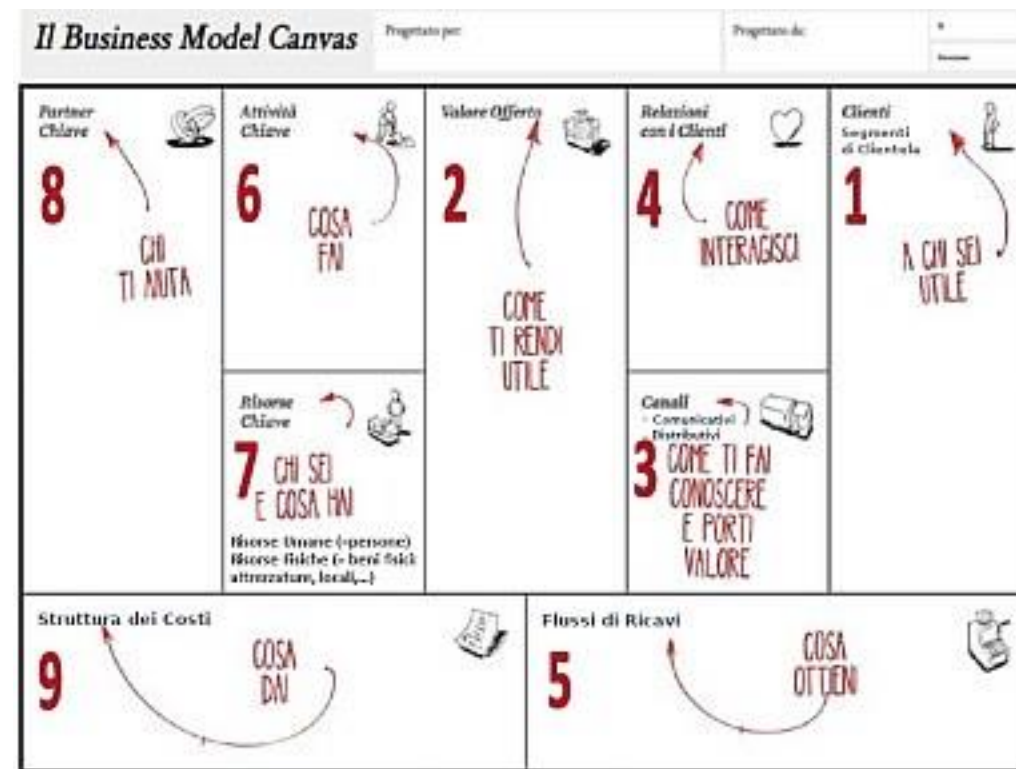
es. teniamo i contatti con assistenza telefonica, con la newsletter (*quali informazioni nella newsletter? Vendita? → attenzione!*), ecc.

- E soprattutto che tipo di relazione intendiamo instaurare con loro?

Li informiamo? Ci prendiamo cura di loro? Come?

Oppure gli facciamo proposte commerciali continue?

(→ *attenzione!*)

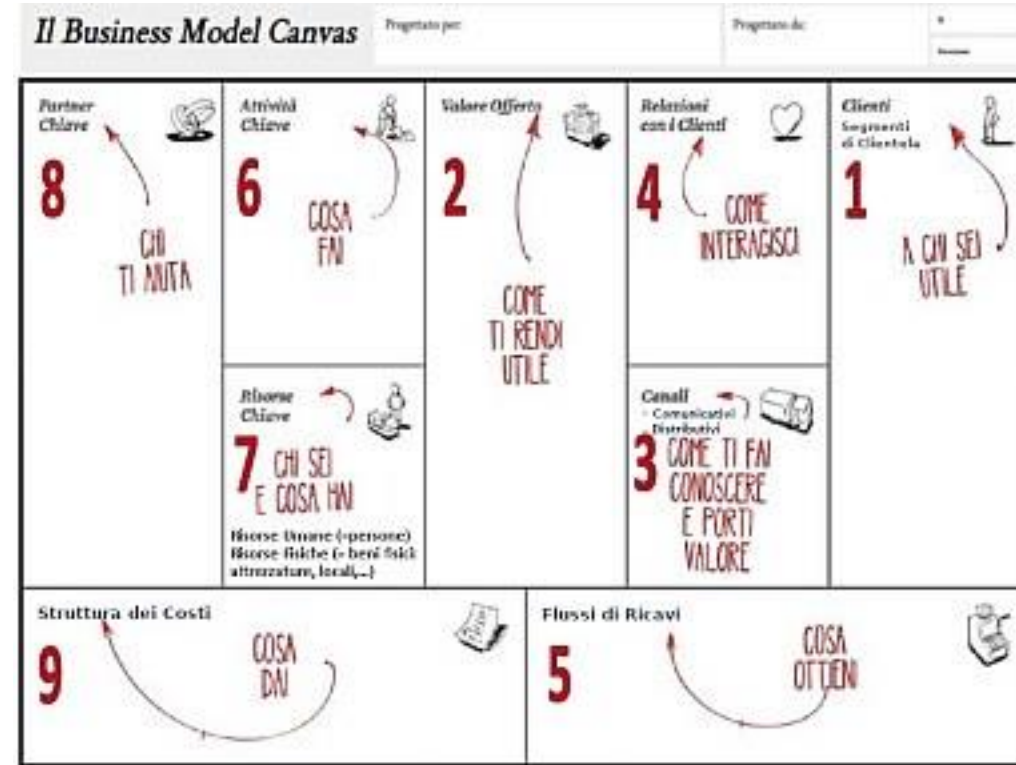


5. FLUSSI DI RICAVI



Flussi di ricavi

- Per cosa vi pagano i clienti? Quali sono le principali fonti di ricavo?
(= quali sono i prodotti/servizi principali per cui vi pagano?)
- In che modo vi pagano?
Es. abbonamento mensile, ecc.



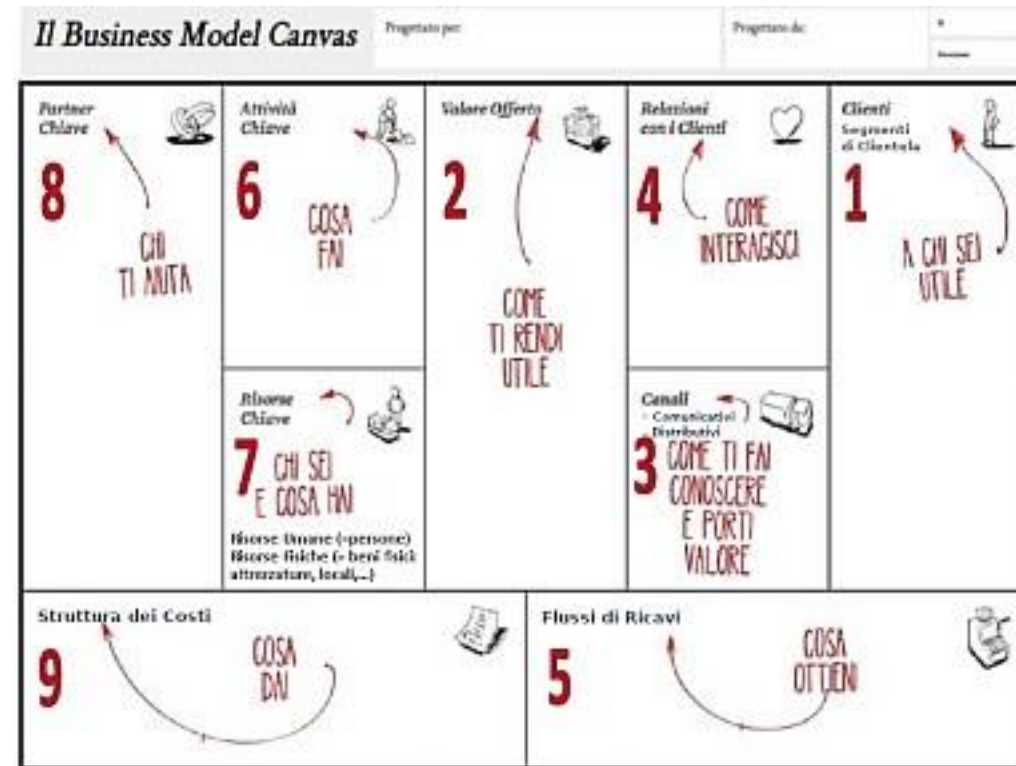
6. ATTIVITÀ CHIAVE



Attività chiave

Quali sono le attività principali (chiave) svolte nella vostra impresa? ... Cosa viene fatto da mattina a sera? Quali attività?

- Per es. in una pizzeria con servizio al tavolo è preparare le pizze e portare le pizze al tavolo
- Altre attività: per es. comunicazione instagram, fb, volantinaggio, ecc.

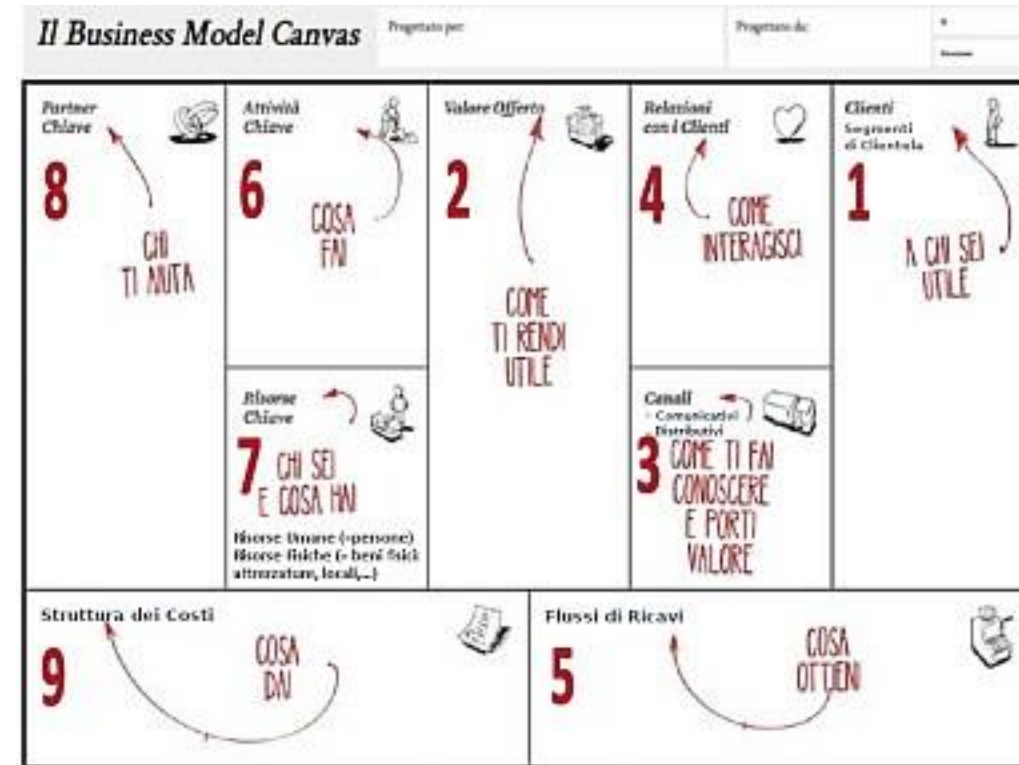


7. RISORSE CHIAVE



Risorse chiave

- Risorse umane (le persone che svolgono le attività chiave)
Nell'es. della pizzeria: pizzaiolo, camerieri, ecc.
- Risorse fisiche (attrezzature, beni materiali, capannoni)
Es. forno, frigoriferi, registratore di cassa, banco, tavoli, posate, bicchieri, ecc. (vanno comprati!), locale
- Risorse intellettuali (marchi, brevetti, diritti d'autore, ...)
- Risorse finanziarie (es. linee di credito)

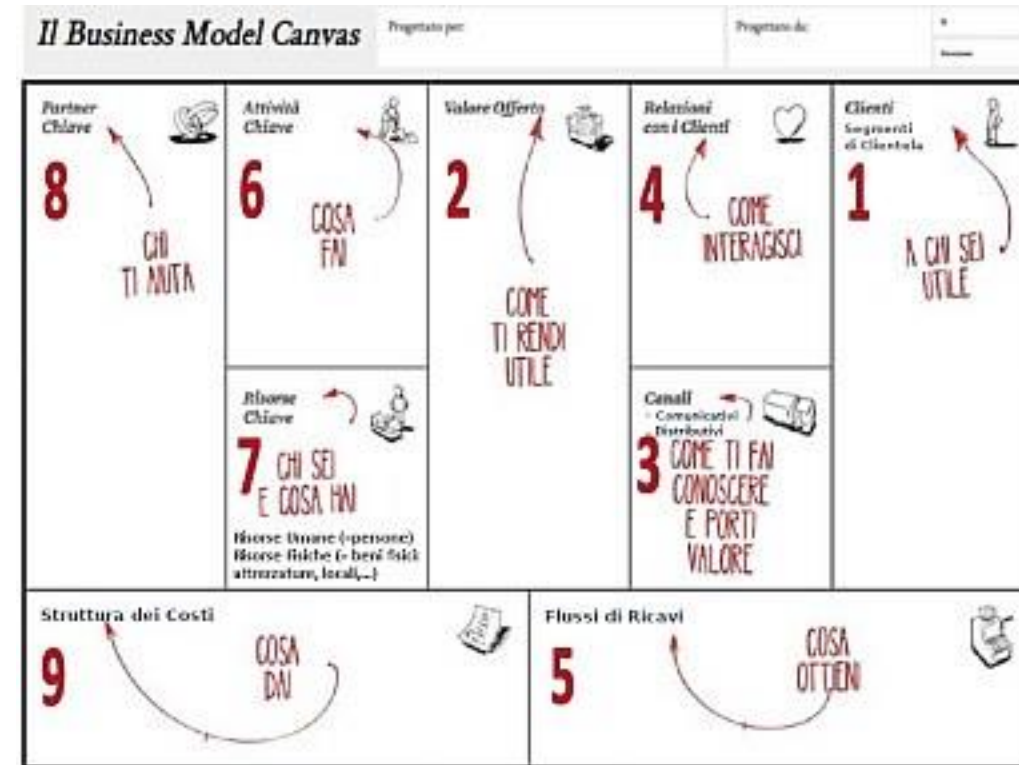


8. PARTNER CHIAVE



Partner chiave

- Fornitori (quali sono? Fornitori di cosa?)
- Chi vi aiuta nella vostra attività (esterni)?
Es. studio commercialisti, consulenti comunicazione, associazioni, ...



9. STRUTTURA DEI COSTI



Struttura dei costi

- Quali sono i costi principali? Indicare i costi relativi alle risorse chiave:

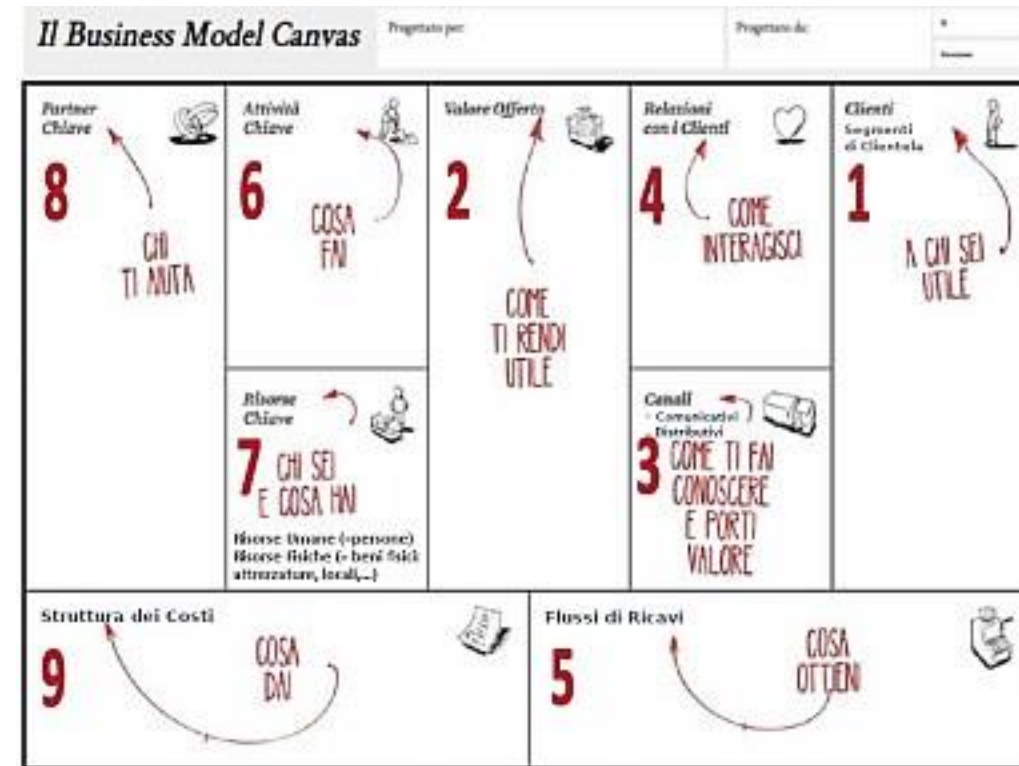
Umane: stipendio del pizzaiolo, dei camerieri, ecc.

Fisiche: costo del forno, dei frigoriferi, del registratore di cassa, costo del banco, dei tavoli, delle posate, dei bicchieri, materie prime (quali?), affitto del locale o di proprietà, ecc.

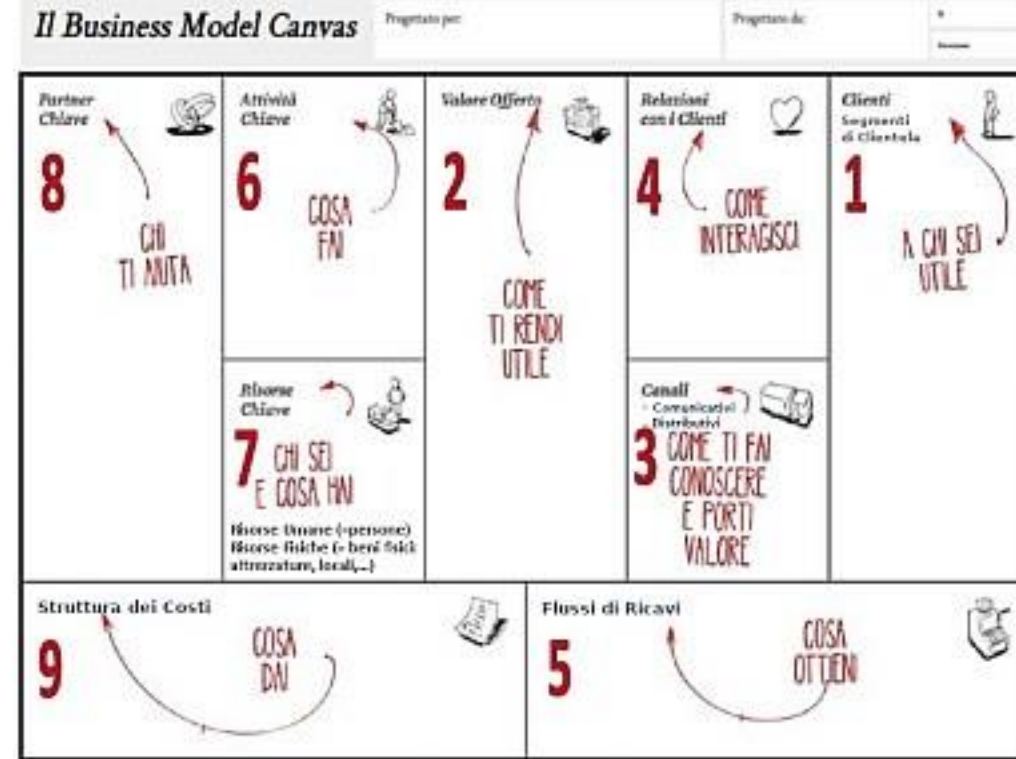
Intellettuali: costo per marchi, brevetti, diritti d'autore, ...

Finanziarie (es. linee di credito)

Inoltre: costi relativi ai partner (es. studio commercialisti, consulenti mktg, ...)



ESEMPIO: ASILO NEL BOSCO



Canvanizer “Asilo nel bosco” link alla demo

<https://canvanizer.com/canvas/r1YHGwV0qjxK5>

(può essere considerato come esempio di Business Model Canvas completo)